



**GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN CHIẾN LƯỢC DU LỊCH
 LIÊN KẾT VÙNG CHO TỈNH VĨNH LONG**

*STRATEGIC SOLUTIONS FOR DEVELOPING REGIONAL TOURISM
 LINKAGES IN VINH LONG PROVINCE*

**Lương Minh Cừ¹, Bùi Văn Trịnh¹, Phan Văn Phùng^{1*}
 Nguyễn Ngọc Quý¹, Đinh Thị Bích Châu¹, Nguyễn Xuân Hoanh²**

¹Trường Đại học Cửu Long

²Hiệp hội Du lịch tỉnh Vĩnh Long

DOI: <https://doi.org/10.65934/mkusj.2026.42.1024>

*Email: phanvanphung@mku.edu.vn

Ngày nhận bài: 15/03/2026

Ngày phản biện: 16/03/2026

Ngày duyệt bài: 23/03/2026

TÓM TẮT

Bài viết tập trung phân tích thực trạng phát triển du lịch theo hướng liên kết vùng trong bối cảnh hội nhập và biến động môi trường ngày càng gia tăng. Trên cơ sở tổng hợp lý thuyết và đánh giá thực tiễn, nghiên cứu sử dụng ma trận SWOT để nhận diện các điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức của hoạt động du lịch tại khu vực nghiên cứu. Kết quả cho thấy, bên cạnh những lợi thế về tài nguyên, vị trí địa lý và tiềm năng phát triển, du lịch vẫn còn tồn tại nhiều hạn chế như phát triển thiếu đồng bộ, liên kết chưa chặt chẽ, chất lượng dịch vụ chưa cao và năng lực quản trị còn bất cập. Dựa trên kết quả phân tích, bài viết đề xuất hệ thống giải pháp theo bốn nhóm chiến lược SO, ST, WO và WT nhằm phát huy lợi thế, tận dụng cơ hội, khắc phục điểm yếu và giảm thiểu rủi ro. Các giải pháp nhấn mạnh vai trò của liên kết vùng, nâng cao hiệu quả quản lý nhà nước, đầu tư hạ tầng, cải thiện chất lượng dịch vụ và tăng cường năng lực thích ứng với biến đổi khí hậu. Nghiên cứu kỳ vọng góp phần cung cấp cơ sở khoa học và thực tiễn cho việc hoạch định chính sách, hướng đến phát triển du lịch bền vững và nâng cao năng lực cạnh tranh trong thời gian tới.

Từ khóa: Du lịch bền vững; Liên kết vùng; Ma trận SWOT; Phát triển du lịch; Quản lý nhà nước; Biến đổi khí hậu.

ABSTRACT

This paper analyzes the current situation of tourism development in the context of regional linkage amid increasing integration and environmental uncertainties. Based on theoretical synthesis and practical assessment, the study employs the SWOT framework to identify strengths, weaknesses, opportunities, and threats of tourism development in the studied area. The findings indicate that, despite notable advantages such as rich tourism resources, favorable geographical location, and development potential, the sector still faces several limitations, including fragmented development, weak regional coordination, uneven service quality, and limited managerial capacity. Drawing on these findings, the paper proposes a system of solutions structured around four strategic groups (SO, ST, WO, and WT) to leverage strengths, seize opportunities, overcome weaknesses, and mitigate risks. The recommended measures emphasize enhancing regional collaboration, strengthening state governance, investing in infrastructure, improving service quality, and increasing adaptability to climate change. The study is expected to provide both theoretical and practical implications for policymakers in promoting sustainable tourism development and improving regional competitiveness in the future.

Keywords: Sustainable tourism; Regional linkage; SWOT analysis; Tourism development; State management; Climate change.

1. Giới thiệu

Trong bối cảnh toàn cầu hóa và hội nhập kinh tế quốc tế ngày càng sâu rộng, ngành du lịch đã và đang trở thành một trong những động lực quan trọng thúc đẩy tăng trưởng kinh tế, chuyển dịch cơ cấu ngành và nâng cao hình ảnh điểm đến của các địa phương. Tuy nhiên, trước những biến động phức tạp của thị trường, áp lực cạnh tranh ngày càng gia tăng, cùng với tác động rõ nét của biến đổi khí hậu và các rủi ro bất định, việc phát triển du lịch theo hướng bền vững và có tính liên kết vùng đang trở thành yêu cầu cấp thiết.

Thực tiễn cho thấy, mặc dù nhiều địa phương đã có những nỗ lực trong khai thác tiềm năng và lợi thế du lịch, song vẫn tồn tại không ít hạn chế như phát triển thiếu đồng bộ, liên kết chưa hiệu quả, chất lượng dịch vụ chưa cao và năng lực quản trị còn nhiều bất cập. Điều này đòi hỏi cần có cách tiếp cận mang tính hệ thống nhằm nhận diện rõ các điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức, từ đó đề xuất các nhóm giải pháp phù hợp.

Xuất phát từ yêu cầu đó, bài viết vận dụng ma trận SWOT làm công cụ phân tích chủ đạo để đánh giá thực trạng phát triển du lịch và mối liên kết vùng. Trên cơ sở này, nghiên cứu đề xuất hệ thống giải pháp theo các nhóm chiến lược SO, ST, WO và WT, nhằm phát huy lợi thế, khắc phục hạn chế và nâng cao khả năng thích ứng trước các biến động. Kết quả nghiên cứu kỳ vọng góp phần cung cấp luận cứ khoa học và thực tiễn cho việc hoạch định chính sách, hướng đến phát triển du lịch bền vững trong thời gian tới.

2. Cơ sở lý thuyết và phương pháp nghiên cứu

2.1 cơ sở lý thuyết

Cơ sở lý thuyết về liên kết vùng trong phát triển du lịch được hình thành trên nền tảng nhận thức du lịch là ngành kinh tế tổng hợp, mang tính liên ngành và liên vùng. Theo đó, “vùng du lịch” được hiểu là không gian lãnh thổ có sự tương đồng về tài nguyên, điều kiện phát triển và khả năng tổ chức hoạt động du lịch một cách thống nhất (Hall, 2008). Trên cơ sở này, liên kết vùng du lịch được xem là quá trình hợp tác giữa các địa phương nhằm khai thác hiệu quả tài nguyên, phát triển sản phẩm chung và nâng cao năng lực cạnh tranh điểm đến (Dredge & Jamal, 2015).

Về vai trò, liên kết vùng góp phần mở rộng không gian phát triển, hạn chế trùng lặp sản phẩm và tăng cường kết nối tuyến điểm du lịch. Đồng thời, liên kết giúp tối ưu hóa nguồn lực, nâng cao hiệu quả xúc tiến quảng bá và hình thành thương hiệu du lịch vùng, từ đó gia tăng khả năng thu hút khách và kéo dài thời gian lưu trú (Crouch & Ritchie, 1999; UNWTO, 2020).

Các hình thức liên kết vùng trong du lịch khá đa dạng, bao gồm liên kết không gian, liên kết kinh tế theo chuỗi giá trị, liên kết sản phẩm, liên kết hạ tầng, xúc tiến – quảng bá và liên kết thể chế. Những hình thức này phản ánh sự phối hợp đa chiều giữa các địa phương, doanh nghiệp và các bên liên quan trong quá trình phát triển du lịch (Porter, 1998; OECD, 2020).

Bên cạnh đó, cơ sở lý thuyết còn được củng cố bởi các tiếp cận hiện đại như lý thuyết chuỗi giá trị, lý thuyết mạng lưới và lý thuyết các bên liên quan. Các lý thuyết này giúp giải thích cơ chế tạo giá trị, vai trò tương tác giữa các chủ thể và sự cần thiết của phối hợp liên vùng trong phát triển du lịch (Freeman, 1984; Dwyer et al., 2009). Đồng thời, tiếp cận phát triển bền vững nhấn mạnh yêu cầu cân bằng giữa kinh tế, xã hội và môi trường trong quá trình liên kết vùng (UNDP, 2021).

Tổng thể, cơ sở lý thuyết liên kết vùng là nền tảng quan trọng để phân tích thực trạng, xác định các yếu tố ảnh hưởng và đề xuất chiến lược phát triển du lịch liên kết vùng cho tỉnh Vĩnh Long mở rộng theo hướng hiệu quả và bền vững.

2.2 Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu được thực hiện dựa trên cách tiếp cận hệ thống, tích hợp và liên ngành nhằm phân tích toàn diện vấn đề liên kết vùng trong phát triển du lịch. Phương pháp nghiên cứu kết hợp giữa định tính và định lượng nhằm đảm bảo tính khoa học và độ tin cậy của kết quả. Dữ liệu thứ cấp được thu thập từ các cơ quan quản lý nhà nước, báo cáo quy hoạch, công trình nghiên cứu khoa học và các cơ sở dữ liệu học thuật uy tín, phục vụ cho việc hệ thống hóa cơ sở lý luận và phân tích bối cảnh nghiên cứu.

Dữ liệu sơ cấp được thu thập thông qua thảo luận nhóm chuyên gia và khảo sát bằng bảng hỏi đối với các đối tượng liên quan như cán bộ quản lý du lịch, doanh nghiệp và nhà nghiên cứu. Phương

pháp chọn mẫu hạn ngạch được sử dụng nhằm đảm bảo tính đại diện của mẫu khảo sát.

Về phương pháp phân tích, nghiên cứu vận dụng tổng hợp các công cụ như phân tích tổng hợp, thống kê mô tả, so sánh và phương pháp chuyên gia để đánh giá thực trạng và các yếu tố ảnh hưởng. Đồng thời, ma trận SWOT được sử dụng nhằm nhận diện điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức, làm cơ sở đề xuất chiến lược và giải pháp phát triển du lịch liên kết vùng cho tỉnh Vĩnh Long mở rộng.

3. Phân tích thực trạng và đề xuất giải pháp phát triển chiến lược du lịch liên kết vùng cho tỉnh Vĩnh Long

3.1. Qui mô và hệ thống doanh nghiệp du lịch

Trên cơ sở khung lý thuyết và phương pháp nghiên cứu, việc phân tích quy mô và hệ thống doanh nghiệp du lịch của tỉnh Vĩnh Long là cần thiết nhằm nhận diện mức độ phát triển của thị trường và năng lực cung ứng dịch vụ. Nội dung này tập trung đánh giá quy mô khách, doanh thu, cơ cấu doanh nghiệp và hệ thống dịch vụ, qua đó làm rõ những kết quả đạt được và các hạn chế còn tồn tại.

3.1.1 Quy mô thị trường du lịch

Trong giai đoạn 2020–2025, quy mô thị trường du lịch của tỉnh Vĩnh Long mở rộng có xu hướng phục hồi và tăng trưởng tích cực, phản ánh qua sự gia tăng về lượng khách và doanh thu du lịch. Sau giai đoạn chịu tác động của các yếu tố bất lợi, hoạt động du lịch đã dần ổn định, đặc biệt là thị trường khách nội địa giữ vai trò chủ đạo. Tuy nhiên, so với các địa phương trong vùng Đồng bằng sông Cửu Long, quy mô thị trường của tỉnh vẫn còn ở mức trung bình, cho thấy khả năng khai thác tiềm năng chưa tương xứng.

Cơ cấu sản phẩm du lịch có sự chuyển dịch

theo hướng đa dạng hóa, tập trung vào các loại hình đặc thù như du lịch sinh thái, du lịch nông nghiệp và du lịch cộng đồng. Mặc dù vậy, mức chi tiêu bình quân và thời gian lưu trú của du khách còn hạn chế, phản ánh chất lượng dịch vụ và khả năng liên kết sản phẩm chưa cao. Điều này đặt ra yêu cầu cần nâng cao giá trị gia tăng thông qua phát triển sản phẩm liên vùng và tăng cường liên kết thị trường.

3.1.2 Hệ thống doanh nghiệp và cơ sở dịch vụ du lịch

Hệ thống doanh nghiệp du lịch của tỉnh Vĩnh Long mở rộng bao gồm các doanh nghiệp lữ hành, cơ sở lưu trú và các đơn vị cung ứng dịch vụ du lịch. Số lượng doanh nghiệp có xu hướng gia tăng qua các năm, tuy nhiên chủ yếu là doanh nghiệp nhỏ và vừa, năng lực tài chính và quản trị còn hạn chế. Các doanh nghiệp lữ hành nội địa chiếm tỷ trọng lớn, trong khi doanh nghiệp có khả năng khai thác thị trường quốc tế còn ít, dẫn đến sự phụ thuộc nhất định vào các trung tâm du lịch lớn.

Hệ thống cơ sở lưu trú đã có bước phát triển về số lượng, song vẫn thiếu các cơ sở đạt tiêu chuẩn cao, đặc biệt là phân khúc từ 3 sao trở lên. Điều này ảnh hưởng trực tiếp đến khả năng thu hút khách có mức chi tiêu cao và kéo dài thời gian lưu trú. Bên cạnh đó, các dịch vụ hỗ trợ như vận chuyển, hướng dẫn du lịch và trải nghiệm cộng đồng tuy đã hình thành nhưng chưa phát triển đồng bộ, thiếu tính chuyên nghiệp và liên kết chuỗi.

Nhìn chung, hệ thống doanh nghiệp du lịch của tỉnh vẫn còn phân tán, thiếu sự liên kết chặt chẽ giữa các chủ thể trong chuỗi giá trị. Đây là điểm nghẽn quan trọng cần được khắc phục thông qua thúc đẩy liên kết vùng, nâng cao năng lực doanh nghiệp và phát triển hệ sinh thái du lịch bền vững.

Bảng 1. Khái quát quy mô và hệ thống doanh nghiệp du lịch tỉnh Vĩnh Long mở rộng

Nội dung	Đặc điểm chính
Quy mô thị trường	Tăng trưởng nhưng còn thấp so với tiềm năng
Cơ cấu khách	Chủ yếu khách nội địa
Doanh thu du lịch	Tăng nhưng chưa tương xứng
Doanh nghiệp lữ hành	Ít, quy mô nhỏ
Cơ sở lưu trú	Tăng số lượng, thiếu phân khúc cao cấp
Dịch vụ hỗ trợ	Chưa đồng bộ, thiếu liên kết

Nội dung	Đặc điểm chính
Liên kết doanh nghiệp	Còn lỏng lẻo

(Nguồn: Tổng hợp của tác giả từ báo cáo đề tài nghiên cứu khoa học “Phát triển chiến lược du lịch liên kết vùng cho tỉnh Vĩnh Long mở rộng”)

Bảng 1 cho thấy, quy mô du lịch tỉnh Vĩnh Long mở rộng có xu hướng tăng trưởng nhưng chưa tương xứng với tiềm năng. Hệ thống doanh nghiệp chủ yếu quy mô nhỏ, dịch vụ còn thiếu đồng bộ và liên kết chưa chặt chẽ, đặt ra yêu cầu nâng cao năng lực cạnh tranh và phát triển theo hướng liên kết vùng.

3.2 Liên kết vùng trong phát triển du lịch của tỉnh Vĩnh Long

Trên cơ sở phân tích quy mô và hệ thống doanh nghiệp du lịch, việc xem xét liên kết vùng trong phát triển du lịch của tỉnh Vĩnh Long là cần thiết nhằm làm rõ mức độ phối hợp giữa các địa phương và các chủ thể liên quan. Nội dung này tập trung đánh giá các hình thức liên kết, mức độ hiệu quả và những hạn chế còn tồn tại, qua đó làm cơ sở đề xuất giải pháp phát triển phù hợp.

3.2.1 Thực trạng các hình thức liên kết vùng

Bảng 2. Các hình thức liên kết vùng trong du lịch tỉnh Vĩnh Long mở rộng

Hình thức liên kết	Thực trạng
Liên kết không gian	Đã hình thành tuyến liên tỉnh
Liên kết sản phẩm	Có phát triển nhưng còn trùng lặp
Liên kết xúc tiến	Chưa đồng bộ, hiệu quả thấp
Liên kết hạ tầng	Cải thiện nhưng thiếu kết nối
Liên kết doanh nghiệp	Còn lỏng lẻo

(Nguồn: Tác giả tổng hợp từ đề tài nghiên cứu “Phát triển chiến lược du lịch liên kết vùng cho tỉnh Vĩnh Long mở rộng”)

Bảng 2 cho thấy, các hình thức liên kết vùng trong du lịch tỉnh Vĩnh Long mở rộng đã được triển khai trên nhiều khía cạnh, nhưng mức độ còn hạn chế. Liên kết chủ yếu mang tính bước đầu, thiếu đồng bộ và chưa tạo được hiệu quả cao trong kết nối và phát triển du lịch liên vùng.

3.2.2 Đánh giá mức độ liên kết và các điểm nghẽn

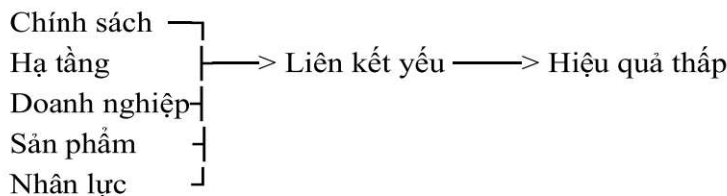
Kết quả phân tích cho thấy, mức độ liên kết vùng trong phát triển du lịch của tỉnh Vĩnh Long mở rộng còn ở mức trung bình, với nhiều khía cạnh liên kết chưa đạt hiệu quả kỳ vọng. Các điểm

Liên kết vùng trong phát triển du lịch tỉnh Vĩnh Long mở rộng được triển khai trên nhiều phương diện như không gian, kinh tế, sản phẩm, xúc tiến – quảng bá, hạ tầng và nguồn nhân lực. Trong đó, liên kết không gian thể hiện qua việc hình thành các tuyến du lịch liên tỉnh giữa Vĩnh Long với các địa phương trong vùng Đồng bằng sông Cửu Long. Liên kết sản phẩm bước đầu được chú trọng thông qua việc khai thác các giá trị đặc trưng như du lịch sinh thái, du lịch cộng đồng và du lịch nông nghiệp.

Tuy nhiên, mức độ liên kết còn mang tính tự phát, thiếu chiều sâu và chưa hình thành chuỗi giá trị du lịch liên vùng hoàn chỉnh. Liên kết xúc tiến quảng bá và liên kết doanh nghiệp chưa thực sự hiệu quả, trong khi liên kết hạ tầng và thể chế còn thiếu đồng bộ, ảnh hưởng đến hiệu quả khai thác tài nguyên và khả năng kết nối thị trường.

ngành chủ yếu bao gồm: thiếu cơ chế điều phối liên kết thống nhất, hạ tầng giao thông và hạ tầng số chưa đồng bộ, sản phẩm du lịch còn trùng lặp giữa các địa phương và chất lượng nguồn nhân lực chưa đáp ứng yêu cầu.

Ngoài ra, sự tham gia của doanh nghiệp và cộng đồng trong liên kết vùng còn hạn chế, chưa hình thành được mạng lưới hợp tác đủ mạnh để tạo hiệu ứng lan tỏa. Điều này làm giảm hiệu quả khai thác tài nguyên và hạn chế khả năng cạnh tranh của điểm đến trong bối cảnh hội nhập.



Hình 1. Mô hình các điểm nghẽn trong liên kết vùng du lịch

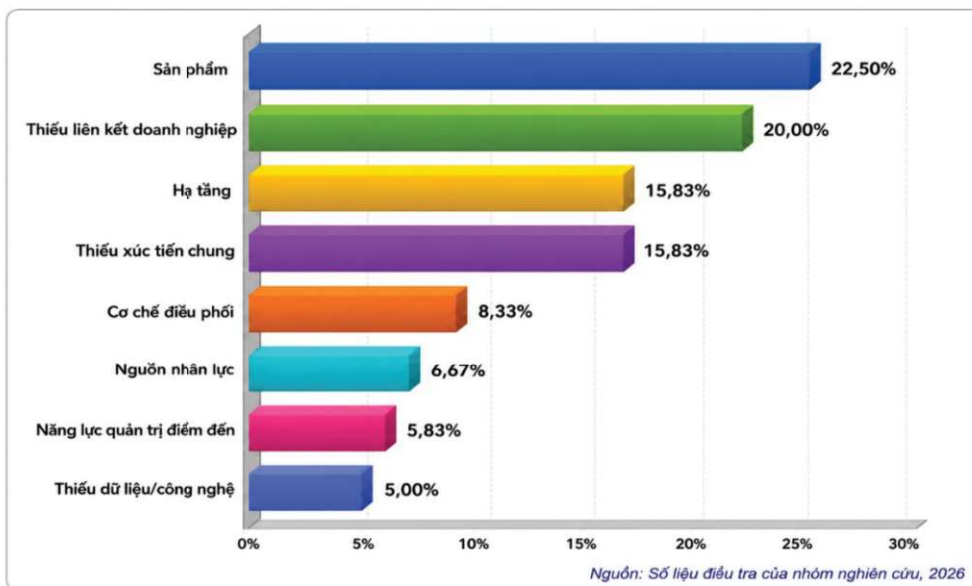
(Nguồn: Tổng hợp của tác giả từ kết quả khảo sát (2026))

Hình 1 minh họa các điểm nghẽn chính trong liên kết vùng du lịch, cho thấy sự tác động đồng thời của chính sách, hạ tầng, doanh nghiệp và nguồn nhân lực đến hiệu quả phát triển.

Mức độ các điểm nghẽn được phân tích chi

tiết hơn qua hình 2 như sau:

Đang cản trở hiệu quả liên kết vùng, qua đó định hướng các nhóm giải pháp có tính trọng tâm và khả thi hơn.



Hình 2. Đánh giá điểm nghẽn đối với phát triển du lịch liên kết vùng tỉnh Vĩnh Long mở rộng

Kết quả phân tích ở hình 2 cho thấy, hạn chế lớn nhất thuộc về nhóm “sản phẩm”, chiếm 22,50%. Điều này phản ánh việc phát triển sản phẩm du lịch liên vùng vẫn chưa đủ đặc sắc, chưa tạo được chuỗi trải nghiệm có tính kết nối cao giữa các địa phương. Xếp thứ hai là “thiếu liên kết doanh nghiệp” với 20,00%, cho thấy vai trò của khu vực tư nhân trong tổ chức tour tuyến, chia sẻ khách và phối hợp khai thác thị trường còn hạn chế. Hai nhóm “hạ tầng” và “thiếu xúc tiến chung” cùng đạt 15,83%, phản ánh những điểm nghẽn kép: một mặt, hệ thống giao thông, điểm dừng chân, bến bãi và dịch vụ hỗ trợ chưa thật đồng bộ; mặt khác, hoạt động truyền thông điểm đến còn phân tán, thiếu thông điệp chung. Trong khi đó, “cơ chế điều phối” chiếm 8,33%, cho thấy nhu cầu hình thành một đầu mối liên kết đủ mạnh để điều hòa lợi ích và tổ chức hành động chung.

Các yếu tố “nguồn nhân lực” (6,67%), “năng lực quản trị điểm đến” (5,83%) và “thiếu dữ liệu/công nghệ” (5,00%) tuy có tỷ lệ thấp hơn nhưng vẫn là những hạn chế nền tảng, ảnh hưởng đến chất lượng vận hành liên kết. Nhìn chung, kết quả hàm ý rằng chiến lược phát triển du lịch liên kết vùng của tỉnh Vĩnh Long mở rộng cần ưu tiên đổi mới sản phẩm, tăng cường liên kết doanh nghiệp, hoàn thiện hạ tầng và xây dựng chương trình xúc tiến chung, thay vì chỉ dừng lại ở định hướng hợp tác mang tính hành chính.

3.2.3 Phân tích SWOT về liên kết vùng du lịch

Trên cơ sở phân tích, liên kết vùng du lịch của tỉnh Vĩnh Long mở rộng có nhiều điểm mạnh như vị trí trung tâm kết nối, tài nguyên du lịch đa dạng và khả năng hỗ trợ với các địa phương trong vùng. Tuy nhiên, điểm yếu nổi bật là thiếu liên kết

chặt chẽ, hạ tầng chưa đồng bộ và năng lực doanh nghiệp còn hạn chế.

Về cơ hội, xu hướng phát triển du lịch bền vững và liên kết vùng ngày càng được quan tâm,

cùng với sự hỗ trợ từ chính sách và chuyển đổi số. Trong khi đó, thách thức đến từ cạnh tranh giữa các địa phương, biến đổi khí hậu và yêu cầu ngày càng cao của thị trường du lịch.

Bảng 3. Phân tích SWOT liên kết vùng du lịch tỉnh Vĩnh Long mở rộng

Nội dung	Đặc điểm
Điểm mạnh	Vị trí trung tâm, tài nguyên đa dạng: Tỉnh Vĩnh Long mở rộng sở hữu vị trí trung tâm trong vùng Đồng bằng sông Cửu Long, thuận lợi kết nối với các địa phương lân cận như Cần Thơ, Đồng Tháp. Nguồn tài nguyên du lịch phong phú, đặc biệt là hệ sinh thái sông nước, vườn cây ăn trái và văn hóa bản địa đặc trưng, tạo điều kiện hình thành các sản phẩm du lịch mang tính liên kết và bổ trợ lẫn nhau. Ngoài ra, môi trường chính trị – xã hội ổn định và định hướng phát triển du lịch rõ ràng là nền tảng thuận lợi để thúc đẩy hợp tác liên vùng.
Điểm yếu	Liên kết yếu, hạ tầng hạn chế: Mức độ liên kết giữa các địa phương và giữa các chủ thể trong chuỗi giá trị du lịch còn hạn chế, thiếu cơ chế điều phối hiệu quả. Hạ tầng giao thông và hạ tầng du lịch chưa đồng bộ, đặc biệt là kết nối giữa các điểm đến còn rời rạc. Năng lực của doanh nghiệp du lịch chủ yếu ở quy mô nhỏ, thiếu tính chuyên nghiệp và khả năng tham gia sâu vào mạng lưới liên kết. Bên cạnh đó, sản phẩm du lịch còn trùng lặp, thiếu tính khác biệt, làm giảm sức hấp dẫn chung của vùng.
Cơ hội	Xu hướng liên kết, chuyển đổi số: Xu hướng phát triển du lịch bền vững và liên kết vùng đang được Chính phủ và các tổ chức quốc tế quan tâm, tạo điều kiện thuận lợi về chính sách và nguồn lực hỗ trợ. Sự phát triển của chuyển đổi số mở ra cơ hội nâng cao hiệu quả quảng bá, kết nối thị trường và quản lý điểm đến. Ngoài ra, nhu cầu du lịch trải nghiệm, du lịch sinh thái và du lịch cộng đồng ngày càng tăng là cơ hội để Vĩnh Long mở rộng phát triển các sản phẩm đặc thù gắn với liên kết vùng.
Thách thức	Cạnh tranh, biến đổi khí hậu: Sự cạnh tranh ngày càng gay gắt giữa các địa phương trong vùng về thu hút khách du lịch và nguồn lực đầu tư có thể làm suy giảm hiệu quả liên kết nếu thiếu cơ chế phối hợp phù hợp. Biến đổi khí hậu, đặc biệt là xâm nhập mặn và thay đổi hệ sinh thái, ảnh hưởng trực tiếp đến tài nguyên du lịch. Đồng thời, yêu cầu ngày càng cao của du khách về chất lượng dịch vụ và trải nghiệm đặt ra áp lực lớn đối với hệ thống doanh nghiệp và quản lý du lịch địa phương.

(Nguồn: Tác giả tổng hợp từ đề tài nghiên cứu

“Phát triển chiến lược du lịch liên kết vùng cho tỉnh Vĩnh Long mở rộng”)

Bảng 3 cho thấy, liên kết vùng du lịch của tỉnh Vĩnh Long mở rộng có nhiều điểm mạnh và cơ hội phát triển, nhưng vẫn tồn tại các điểm yếu và thách thức đáng kể. Điều này, đòi hỏi các giải pháp đồng bộ nhằm phát huy lợi thế, khắc phục hạn chế và nâng cao hiệu quả liên kết vùng.

3.3 Đề xuất giải pháp phát triển chiến lược du lịch liên kết vùng cho tỉnh Vĩnh Long

Trên cơ sở phân tích thực trạng và ma trận SWOT về liên kết vùng trong phát triển du lịch, việc đề xuất các giải pháp mang tính hệ thống và khả thi là yêu cầu cấp thiết đối với tỉnh Vĩnh Long. Các giải pháp cần hướng đến phát huy lợi thế, khắc phục hạn chế, đồng thời tận dụng cơ hội

và giảm thiểu thách thức, nhằm nâng cao hiệu quả liên kết vùng và phát triển du lịch theo hướng bền vững, cạnh tranh.

3.3.1 Nhóm giải pháp SO (Phát huy điểm mạnh để tận dụng cơ hội)

Trên cơ sở lợi thế về vị trí trung tâm kết nối vùng và hệ thống tài nguyên du lịch đặc thù, tỉnh Vĩnh Long cần định hướng phát triển các sản phẩm du lịch liên kết vùng theo chiều sâu, tạo giá trị gia tăng cao và khác biệt hóa điểm đến. Cụ thể, cần hình thành các cụm sản phẩm chủ lực như du lịch sinh thái sông nước gắn với trải nghiệm miệt vườn, du lịch nông nghiệp công nghệ cao kết hợp giáo dục trải nghiệm, và du lịch văn hóa – cộng

đồng khai thác các giá trị bản địa đặc sắc. Việc phát triển sản phẩm cần đặt trong tổng thể liên kết vùng, đảm bảo tính hỗ trợ thay vì trùng lặp với các địa phương lân cận.

Bên cạnh đó, tỉnh cần chủ động thiết lập cơ chế hợp tác chiến lược với các trung tâm du lịch trong vùng nhằm xây dựng các tuyến, hành lang du lịch liên tỉnh có tính nhận diện cao, gắn với thương hiệu du lịch vùng Đồng bằng sông Cửu Long. Liên kết không chỉ dừng ở kết nối điểm đến mà cần mở rộng sang phối hợp xây dựng sản phẩm chung, chia sẻ thị trường và đồng bộ hóa tiêu chuẩn dịch vụ.

Đồng thời, chuyên đổi số cần được xem là công cụ then chốt trong nâng cao hiệu quả liên kết vùng. Việc ứng dụng nền tảng số trong quảng bá, xúc tiến, quản lý điểm đến và phân tích dữ liệu du khách sẽ góp phần nâng cao khả năng tiếp cận thị trường, tối ưu hóa trải nghiệm khách hàng và xây dựng thương hiệu du lịch vùng theo hướng hiện đại, thông minh và bền vững.

3.3.2 Nhóm giải pháp WO (Khắc phục điểm yếu để tận dụng cơ hội)

Để khắc phục những hạn chế về mức độ liên kết và năng lực của hệ thống doanh nghiệp, tỉnh Vĩnh Long cần ưu tiên hoàn thiện cơ chế điều phối liên kết vùng theo hướng có tổ chức, rõ vai trò và trách nhiệm của các bên tham gia. Việc xây dựng các chương trình, thỏa thuận hợp tác cụ thể giữa các địa phương trong vùng cần gắn với mục tiêu phát triển chung, có cơ chế giám sát và đánh giá hiệu quả nhằm đảm bảo tính thực thi và bền vững của liên kết.

Song song đó, đầu tư phát triển hạ tầng cần được triển khai theo hướng đồng bộ và có trọng điểm, đặc biệt là hạ tầng giao thông kết nối liên tỉnh, hạ tầng du lịch tại các điểm đến và hạ tầng số phục vụ quản lý và quảng bá. Việc cải thiện khả năng tiếp cận và nâng cao chất lượng dịch vụ sẽ tạo điều kiện thuận lợi để khai thác hiệu quả các cơ hội từ liên kết vùng.

Đối với doanh nghiệp du lịch, cần đẩy mạnh các chương trình đào tạo nâng cao năng lực quản trị, kỹ năng phục vụ và khả năng ứng dụng công nghệ số. Đồng thời, khuyến khích doanh nghiệp tham gia sâu hơn vào chuỗi giá trị du lịch liên

vùng thông qua các mô hình hợp tác, liên kết kinh doanh và phát triển sản phẩm chung.

Bên cạnh đó, định hướng phát triển sản phẩm du lịch cần chú trọng tính khác biệt và đặc thù của địa phương, tránh trùng lặp với các tỉnh trong vùng. Việc gắn kết sản phẩm với xu hướng thị trường như du lịch xanh, du lịch trải nghiệm và du lịch cộng đồng sẽ góp phần nâng cao sức hấp dẫn và khả năng cạnh tranh của điểm đến trong bối cảnh hội nhập.

3.3.3 Nhóm giải pháp ST (Phát huy điểm mạnh để giảm thiểu thách thức)

Trên cơ sở lợi thế về tài nguyên du lịch đặc thù và vị trí trung tâm kết nối vùng, tỉnh Vĩnh Long cần xây dựng chiến lược phát triển du lịch theo hướng bền vững, gắn chặt với bảo tồn tài nguyên và chủ động thích ứng với biến đổi khí hậu. Điều này đòi hỏi việc tích hợp các tiêu chí môi trường vào quy hoạch và khai thác du lịch, đồng thời phát triển các mô hình du lịch sinh thái, du lịch xanh và du lịch cộng đồng có trách nhiệm, nhằm giảm thiểu tác động tiêu cực đến hệ sinh thái.

Bên cạnh đó, việc tăng cường liên kết với các địa phương trong vùng cần được nâng lên tầm chiến lược, hướng đến xây dựng thương hiệu du lịch vùng thống nhất, có bản sắc riêng và khả năng cạnh tranh cao trên thị trường. Thay vì cạnh tranh riêng lẻ, các địa phương cần phối hợp trong xây dựng sản phẩm, chia sẻ thị trường và đồng bộ hóa hoạt động xúc tiến, qua đó nâng cao sức hấp dẫn tổng thể của điểm đến.

Đồng thời, nâng cao chất lượng dịch vụ cần được xem là giải pháp then chốt để thích ứng với yêu cầu ngày càng cao của du khách. Việc chuẩn hóa quy trình phục vụ, áp dụng các tiêu chuẩn chất lượng và đẩy mạnh đào tạo nguồn nhân lực du lịch theo hướng chuyên nghiệp, hiện đại sẽ góp phần nâng cao trải nghiệm khách hàng, tăng khả năng quay lại và củng cố hình ảnh điểm đến trong bối cảnh cạnh tranh ngày càng gay gắt.

3.3.4 Nhóm giải pháp WT (Hạn chế điểm yếu và tránh rủi ro, thách thức)

Nhóm giải pháp WT tập trung vào việc khắc phục các điểm yếu nội tại đồng thời chủ động ứng phó với các rủi ro và thách thức từ môi trường bên ngoài. Trước hết, cần thiết lập và củng cố cơ chế

phối hợp liên ngành, liên vùng một cách đồng bộ và hiệu quả giữa các chủ thể liên quan, nhằm khắc phục tình trạng phát triển manh mún, phân tán nguồn lực và hạn chế cạnh tranh thiếu lành mạnh giữa các địa phương trong cùng khu vực.

Bên cạnh đó, vai trò quản lý nhà nước cần được tăng cường thông qua việc nâng cao chất lượng công tác quy hoạch, điều phối và giám sát phát triển du lịch theo hướng tích hợp và dài hạn, đảm bảo tính thống nhất trong định hướng phát triển và tính bền vững của toàn hệ thống.

Đồng thời, việc ưu tiên đầu tư nâng cấp cơ sở hạ tầng du lịch, cải thiện chất lượng dịch vụ và nâng cao năng lực quản trị của doanh nghiệp du lịch là những yếu tố then chốt giúp gia tăng khả năng chống chịu trước các biến động của thị trường, cũng như giảm thiểu tác động tiêu cực từ biến đổi khí hậu và các rủi ro bất định khác.

Ngoài ra, cần xây dựng và vận hành hiệu quả hệ thống giám sát, đánh giá và phản hồi liên tục đối với các hoạt động liên kết vùng, qua đó kịp thời nhận diện các hạn chế, điều chỉnh chính sách và tối ưu hóa chiến lược phát triển theo hướng linh hoạt, thích ứng và bền vững hơn.

4. Kết luận

Nghiên cứu đã làm rõ vai trò quan trọng của liên kết vùng trong phát triển du lịch, đặc biệt đối với tỉnh Vĩnh Long trong bối cảnh hội nhập và cạnh tranh ngày càng gia tăng. Trên cơ sở hệ thống hóa lý luận, phân tích thực trạng và vận dụng ma trận SWOT, bài viết cho thấy du lịch Vĩnh Long đã có những bước phát triển tích cực về quy mô thị trường, sản phẩm và hệ thống doanh nghiệp. Tuy nhiên, mức độ liên kết vùng vẫn còn hạn chế, thiếu đồng bộ và chưa hình thành được chuỗi giá trị du lịch hiệu quả, làm giảm khả năng khai thác tiềm năng và nâng cao năng lực cạnh tranh.

Các điểm nghẽn chủ yếu được xác định bao gồm: cơ chế điều phối liên kết chưa rõ ràng, hạ tầng chưa đồng bộ, năng lực doanh nghiệp còn yếu và

sản phẩm du lịch thiếu tính khác biệt. Trên cơ sở đó, nghiên cứu đã đề xuất hệ thống giải pháp mang tính chiến lược theo bốn nhóm (SO, WO, ST, WT), tập trung vào phát triển sản phẩm liên kết vùng, hoàn thiện thể chế, đầu tư hạ tầng, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực và thúc đẩy chuyển đổi số.

Trong thời gian tới, để phát triển du lịch bền vững, tỉnh Vĩnh Long cần chủ động tăng cường hợp tác với các địa phương trong vùng, xây dựng thương hiệu du lịch chung và nâng cao chất lượng dịch vụ. Việc triển khai đồng bộ các giải pháp sẽ góp phần khai thác hiệu quả tiềm năng, gia tăng giá trị du lịch và từng bước khẳng định vị thế của Vĩnh Long trong không gian du lịch vùng Đồng bằng sông Cửu Long.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. *Tourism Management*, 21(1), 97–116.
- Đính, N. V., & Hòa, T. T. M. (2018). *Kinh tế du lịch*. Nhà xuất bản Đại học Kinh tế Quốc dân.
- Gunn, C. A. (1994). *Tourism planning: Basics, concepts, cases* (3rd ed.). Taylor & Francis.
- Kotler, P., Bowen, J. T., & Makens, J. C. (2017). *Marketing for hospitality and tourism* (7th ed.). Pearson.
- Porter, M. E. (2008). The five competitive forces that shape strategy. *Harvard Business Review*, 86(1), 78–93.
- Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch Vĩnh Long. (2023). *Báo cáo tình hình phát triển du lịch tỉnh Vĩnh Long*.
- UNDP. (2021). *Human development report 2021/2022: Uncertain times, unsettled lives*. United Nations Development Programme.
- UNWTO. (2020). *International tourism highlights* (2020 ed.). World Tourism Organization.
- World Bank. (2018). *Tourism for development*. World Bank Publications.
- WTTC. (2021). *Travel & tourism economic impact report*. World Travel & Tourism Council.